

制度信任、人际信任与大学生公益众筹的参与行为



余涵¹, 许英^{2,*}

¹ 华南理工大学马克思主义学院, 广东广州 510000

² 深圳大学社会学系, 广东深圳 518000

摘要: 随着互联网技术的发展, 公益众筹以其便捷性、高效性、极大的传播力与影响力得到了广泛的关注与支持。与此同时, “罗尔事件”等频发的负面新闻也引发了公益众筹的信任危机。该研究以互联网环境为背景, 以公益众筹作为研究的焦点, 通过定量方法探索大学生在公益众筹的人际信任、制度信任与参与行为之间的关系, 共回收了 326 份有效问卷。研究结果表明: 1、排除了性别、学历的干扰后, 公益众筹的人际信任能显著正向影响公益众筹的参与行为。2、排除了性别、学历的干扰后, 公益众筹的制度信任能显著正向影响公益众筹的参与行为。3、比起制度信任, 人际信任对参与行为的影响更显著。最后本文从个人、平台、政府三个层面, 为如何提高公众的人际信任、制度信任给出若干建议与对策。

关键词: 公益众筹; 大学生; 人际信任; 制度信任; 参与行为

DOI: [10.57237/j.ssr.2023.03.003](https://doi.org/10.57237/j.ssr.2023.03.003)

Institutional Trust, Interpersonal Trust and College Students' Participation in Crowdfunding

She Han¹, Xu Ying^{2,*}

¹ College of Marxism, South China University of Technology, Guangzhou, 510000, China

² Department of Sociology, Shenzhen University, Shenzhen, 518000, China

Abstract: With the development of the Internet, the crowdfunding has attracted extensive attention for its convenience and efficiency, as well as its great power in spreading and influence. However, some negative news has caused a huge crisis of credibility frequently at the same time. In the context of the Internet, it focused on the crowdfunding, and aimed to explore the relationship among the interpersonal trust, institutional trust and the donation behavior of college students. By adopting quantitative-research method, 326 valid questionnaires were collected. The results are as following: Firstly, without the interference of gender and educational degree, the interpersonal trust of the crowdfunding can significantly affect the donation behavior of college students. Secondly, without the interference of gender and educational degree, the institutional trust of the crowdfunding can significantly affect the donation behavior of college students as well. Thirdly, compared to the institutional trust, interpersonal trust has a more significant impact on the donation behavior of college students. As for the implications, it puts forward several suggestions to promote interpersonal trust and institutional trust

基金项目: 国家社会科学基金一般项目《新时代筹款类微公益的公信力研究》(项目编号: 18BSH109).

*通信作者: 许英, szuconference2019@163.com

收稿日期: 2022-10-27; 接受日期: 2023-03-03; 在线出版日期: 2023-07-24

<http://www.socscires.com>

in terms of individual, platform, and government levels.

Keywords: Crowdfunding; College Students; Interpersonal Trust; Institutional Trust; Donation Behavior

1 研究背景

如今，互联网技术的发展与网络的普及为各行业提供新的发展渠道，也为人们生活提供了各种新媒介。研究显示，中国目前具有较大规模的网民群体：据统计，截至 2020 年 12 月，中国的网民数量已经达到了 9.89 亿，互联网普及率达到了 70.4%。在网民学历结构的研究中，大学生占据了一定比例。报告显示，截至 2020 年 6 月，中国大学专科及以上学历的网民群体占比为 18.8%。同时，据统计，在社交媒介的应用中，微信朋友圈使用率最高，达到了 85.0%，QQ 空间与微博的使用率次之，分别为 41.6%、40.4%，说明互联网环境下微信、微博等社交平台拥有广泛的受众。

伴随着互联网的普及与微信、微博等社交媒体的广泛运用，互联网公益也深入人心，以互联网方式进行资金的募集，是目前中国公益慈善的常态。例如 2011 年 9 月 20 日，追梦网一经上线，便获得了较高的媒体关注度与公众参与度。随后，像腾讯公益、轻松筹、水滴筹等众筹平台逐渐进入大众视野。作为迄今中国最大的全民网络公益节日，腾讯公益的“99 公益日”在 2020 年的捐赠人次更是达到了 5780 万，捐款总额达到 30.44 亿。“99 公益日”正是充分利用其互联网+、科技向善的能力，通过严格的审查机制，构建了透明互信的公益生态。而轻松筹作为 2 亿用户信赖的大病求助领先平台，同样依赖于微信、微博等社交圈的快速传播。据报道，2020 年轻筹累积达到的捐款次数已经超过 20 亿，是目前全球捐款次数最多的众筹平台。

区别于传统的公益，互联网时代的公益众筹具有去地域性、便捷性、高效性、门槛低等特点。在互联网背景下，人们不需要通过线下捐款的形式参与公益，而是可以通过支付宝、微信等移动支付手段进行参与。求助者只需向公益众筹平台发起求助信息，由平台进行审核，参与者便可通过平台对合格的求助项目进行捐款，由此形成一条高速、便捷、大规模传播力的支持链。

然而，就在公益众筹行业快速发展的同时，频发的负面新闻却引发行业的信任危机。例如 2016 年的“罗尔事件”，作家罗尔通过“卖文”的形式为自己患白血病

的女儿进行筹款。在事件的开端，公众纷纷出于同情、被患者的处境所感染而慷慨解囊，但随着事情真相不断流出，人们发现，罗尔不仅在深圳等地拥有房产与汽车，同时还是 2 家公司的法人代表，其财务状况远远高于社会平均水平。一时之间，舆论的矛头不仅指向罗尔，谴责其虚构事实、隐瞒真相的诈骗行为，也使得负面情绪蔓延全网，使质疑与传言流传全国。

除了“罗尔事件”，2019 年水滴筹的“扫楼事件”也同样引发了舆论质疑。据报道，水滴筹平台曾派驻地人员，在各个城市医院进行“扫楼”，通过引导患者与其家属发起筹款，工作人员凭此“按单提成”。事件一经爆出，同样引发公众对于水滴筹平台巨大的质疑。“水滴渗水，爱心窝心”，当公众的善意被消费，当信任被践踏，公众的支持自然也会不断被消解。

像“罗尔事件”、水滴筹“扫楼事件”，轰动一时的“郭美美事件”，还有 2019 年德云社相声演员吴鹤臣等事件，都曾引起了巨大的舆论争议与负面情绪，酿成了巨大的信任危机。然而透过舆论，我们不难发现，公众的质疑或信任基本上聚焦于公益众筹项目的求助者与其审核平台：前者是关于求助者的“人际”层面，是对于求助者个人的质疑或者信任；后者是对于公益众筹平台的“制度”层面，是对于平台具体法律法规、监管机制的质疑与信任。

可以说，信任危机正成为制约公益慈善进一步发展的主要障碍。2011 年，郭美美事件爆发后，公众通过公益慈善组织的捐款数额急剧下降，从事件发生前三个月内捐款总额的 62.6 亿元，到事件发生后三个月内捐款总额急剧降为 8.4 亿元。可见，一场危机事件的爆发，便足以让公益慈善组织权威、正面的形象与良好的口碑在一夜间崩塌。在互联网背景下，个人骗捐诈捐的现象、平台审核力度不足、机制的不透明，都在不断挑战公众的信任底线。面对一次次信任危机的冲击，公众是会选择继续相信，继续坚持着公益行为，亦或是寒心、失望，放弃公益慈善事业？这都是值得我们思考与研究的。

2 研究问题及意义

2.1 研究问题

本研究将以互联网环境为背景，以大学生群体为研究对象，以公益众筹信任作为研究的焦点，通过定量研究与实证分析，把握互联网时代下大学生在公益众筹的人际信任、制度信任与参与行为之间的关系。

而选择大学生作为研究对象，主要基于以下原因：

1.如今的公益众筹已经不再依赖传统媒体，只要依靠网络空间便可以得到大规模的传播。在互联网时代，由于互联网强大的连接能力，求助者呈现出“去中心化”的特点，其求助信息在第一时间便可触达广大互联网用户。2.大学生群体作为互联网的主要用户，作为“微信朋友圈”“微博”等社交媒体的主要受众，作为线上公益的主要传播群体，他们对于公益众筹项目容易产生情感共鸣与独特见解；并且大学生群体即将迈入社会，许多人会成为公益募捐的生力军。因此将其作为研究对象是有意且合理的。

综上，本研究将聚焦以下核心问题：在公益众筹项目中，大学生对于求助者的人际信任是否对其参与行为具有影响？大学生对于公益众筹平台的制度信任是否对其参与行为也具有影响？且何者对参与行为影响更大？

2.2 研究意义

2.2.1 理论意义

本研究对于公益众筹领域的人际信任、制度信任相关议题的研究具有一定的理论价值。本研究以信任理论、制度理论为基础，尝试在公益众筹情境下对人际信任、制度信任与参与行为的概念进行定义与操作化，初步探索公益众筹信任的议题，有利于丰富相关理论研究。同时，本研究尝试在公益众筹情境下将信任进行二维划分，分别从人际信任、制度信任的角度出发，来阐述其对参与行为的影响；并通过定量研究比较大大学生公益众筹人际信任、制度信任分别对参与行为的影响，得出公益众筹人际信任对参与行为的影响更大的结论，有助于丰富该领域的研究，扩大研究的关注视野。

2.2.2 现实意义

本研究对于公益众筹项目的求助者、公益众筹平台的相关管理部门、第三方的审核机制、公益众筹的参与者都具有一定的现实意义。第一，本研究通过了解大学生对于公益众筹项目求助者的人际信任程度，可以使项目的求助者了解参与者的需求与顾虑，为求

助者如何提供透明真实的信息，如何规范自身的行为等问题都提供了一定的参考依据。第二，本研究通过了解大学生对于公益众筹平台的制度信任程度，可以为平台的相关管理部门，相关审核机制如何规范化、透明化，如何有效规避风险，如何加强对平台项目的严格把关都具有一定意义。第三，本研究通过了解大学生对于公益众筹项目的参与程度及深度，有助于了解公益众筹行业的发展现状。这对于预测公益众筹的发展前景，如何有效发展公益众筹行业，都具有较大的现实意义。最后，对于参与者如何有策略性地判断公益众筹项目的可靠性，提高对公益众筹行业的发展信心，增加参与强度与意愿，也具有一定的现实意义。

3 文献综述

3.1 公益众筹研究文献综述

关于公益众筹的概念，学者们从不同的角度给出了不同的定义。闫素洁（2020）从新时代互联网视角出发，认为网络公益众筹与传统互助的“利己”不同，它是指不以营利为目的，并通过互联网面向不特定大众筹集资金并用于各类公益事业的活动[1]。朱少娟（2020）从资金运作方式的角度出发，将公益众筹定义为由个人、企业、基金会或公益团体发起的、以网络为媒介开展的公益筹款活动，它通过发布公益项目并聚集公众力量达到筹款目标[2]。周智远（2020）认为，公益众筹是一种将互联网与公益慈善相结合的金融创新模式[3]。邵敏洁（2020）从法律领域视角出发，认为公益众筹是指发起人通过平台发起资金募集，并用以慈善活动的开展，是一种非营利形式的融资行为[4]。王健（2020）的研究认为，公益众筹是指在互联网背景下孕育的一种新的慈善行为模式，主要指由公益众筹发起人通过网络公益众筹平台进行项目求助，且项目支持者通过该平台完成资金支持的一种行为[5]。

通过对不同学者的观点进行梳理，可以发现，学者们对于公益众筹的定义基本上达成了一种共识：即认为公益众筹是一种资金募集的方式，且一般需要三方（求助者、公益机构/平台、资助者）共同完成。

本研究主要聚焦于个人求助类的公益众筹，通过结合学者们的观点，将互联网时代的公益众筹定义归纳如下：公益众筹是以互联网为载体，通过求助者在公益众筹平台上发布筹款项目，并由求助者、平台、资助者（参与者）三者共同完成的公益活动，它是一种非营利形式的融资活动。

3.2 信任的二维划分

在本研究中,笔者采用德国社会学家卢曼关于信任的二维划分观点:即从“人际信任”与“制度信任”的二分视角出发展开研究。

本研究认为,从人际信任与制度信任的视角进行研究是合理的。参与者的信任既存在对于求助者的“人际信任”,也包括对于公益众筹平台监督管理机制相关的“制度信任”。前者遵循“亲疏远近”与“情感浓厚”的原则,即参与者对于求助者的信任存在“差序格局”,而后者则遵循现代社会的法理要求,它并非基于人际关系,而是对平台的制度体系的信任。因此本研究将从以上两个维度进行划分,来研究公益众筹人际信任、制度信任分别与参与行为间的关系。

3.3 人际信任研究文献综述

3.3.1 公益众筹人际信任的定义

Rotter (1967) 的研究将人际信任定义为个体在人际互动交往过程中建立起来的对交往对象的言辞承诺、书面或口头陈述的可靠程度的概括化期望[6]。Donald L. Ferrin (2006) 的研究则认为,人际信任是一个人对另一个人的可靠性与信赖度的信念[7]。

在公益众筹的情境下,学者们对于人际信任也进行了定义与研究。闫泳霖 (2018) 的研究认为,公益众筹的人际信任主要体现为公益众筹的参与者与被信任对象之间形成的信任,其中参与者主要指参加公益众筹的人,被信任者主要包括公益众筹中被信任的、需要帮助的人[8]。崔露露 (2019) 的研究认为,在公益众筹的参与中,被捐赠对象不一定就是现实生活中或者网络生活中认识的熟人,也可能是陌生人。因此在公益众筹的过程中存在以下两种信任情况,即对于熟人与陌生人的信任情况。该学者还认为,熟人的信任主要基于血缘、地缘等关系信任,对于陌生人的信任主要依靠“中间人的信任机制”;而不管基于熟人圈的人际信任还是基于中间人信任的陌生人信任,公益众筹情境下的人际信任都存在着差序格局[9]。

结合上述学者的观点,本研究将公益众筹人际信任的定义归纳如下:公益众筹的人际信任主要指在公益众筹的情境下,参与者对于求助者的信任程度,其中包括对于求助者提供信息的真实性、透明性、可靠性、可信赖性的信任程度,以及对于求助者能否进行自我约束的信任程度。同时,公益众筹情境下的人际

信任也存在着基于“熟人的熟人”的信任,这是一种“中间人的信任机制”,即参与者对于亲朋好友转发参与的关于相关求助项目、相关受助者的信任程度。

3.3.2 公益众筹人际信任对参与行为的影响研究

前文中提到,在互联网背景下,个人骗捐、诈捐的现象,求助者隐瞒个人真实信息等不透明行为,都在不断挑战公众的信任底线。当公众所托付的人际信任遭受打击,或是遭受欺骗,是否对其以后的参与行为造成影响?又或者,公众参与公益众筹,是否可能来自于对于求助者的人际信任,即对于求助者的人际信任,可能在多大程度上影响公众的参与行为?

基于此,笔者通过文献了解当前学界关于人际信任与参与行为之间的研究。杜潇 (2020) 的研究指出,微公益信任对大学生微公益行为都有显著影响[10]。郑旭楠 (2019) 关于信任与互联网公益参与行为研究发现,信任与个体的转发公益信息、在线捐款等参与行为呈正相关[11]。黄少华 (2012) 的研究指出,网络人际信任对于大学生网络公民参与行为发挥着重要作用[12]。贺桂和 (2020) 研究认为,消费者对朋友圈微商的人际信任能够正向促进其消费行为[13]。

因此本研究假设,公益众筹的参与者对求助者或者作为“中间人”的亲朋好友的信任,对其公益众筹的参与行为具有正向促进作用。

假设如下: H1: 公益众筹的人际信任能够显著正向促进公益众筹的参与行为。

3.4 制度信任研究文献综述

3.4.1 公益众筹制度信任的定义

李丹婷 (2006) 的研究认为,制度信任是人们对于某些规范、制度共同认可的一种间接媒介信任关系,它作为人们相互交往过程中的一种行动机制,这是嵌入社会结构和制度中的一种功能化社会机制[14]。祖克尔 (1986) 则将系统信任抽象理解为制度信任,认为信任主要产生于特定的社会规范或法律法规[15]。

在公益众筹的情境下,学者们也对制度信任进行定义。徐琨博 (2020) 的研究认为,制度因素是指构成制度环境的第三方和其他制度属性,包括法律、对策等;在公益众筹过程中,求助者的身份信息,项目真实性的判断、平台资金管理审核,项目后续的使

用情况都需要建立完整透明的内部组织体系与管理体
系[16]。崔露露（2019）的研究指出，在公益众筹的情
境下，制度信任包括对公益众筹信息发布的平台制度
的信任。这种信任具体体现在对于公益众筹平台背后
的权力、知识、货币、技术体系等信任。

结合学者们的观点，本研究将公益众筹制度信任
的定义归纳如下：公益众筹的制度信任主要指在公益
众筹的情境下，参与者对于公益众筹平台的监督管理
制度的完善性、公平性、透明性、保障资金流向性的
信任程度；此外还包括对平台相关法律法规、机制的
社会性功能的信任程度，即参与者对于公益众筹平台
的相关规范、机制能够有效动员社会力量、能否有效
帮助弱势群体，其年度报告是否可信的信任程度。

3.4.2 公益众筹制度信任对参与行为的
影响研究

前文中提到，一场危机事件的爆发，便足以让公益
慈善组织权威、正面的形象与良好的口碑在一夜间崩塌。
平台审核力度不足或者不透明，都在不断挑战公众的信
任底线。公众的质疑与不满，对于平台制度、规范的不
信任，是制约公益众筹进一步发展的主要障碍。当公众
所托付的制度信任遭受打击，或者对于平台制度的失望、
寒心，是否对其以后的参与行为造成影响？

基于此，笔者首先通过文献了解当前学界关于制
度信任与参与行为之间的研究。徐琨博（2020）的研

究认为，制度信任对于经济活动与社会的健康运作都
有极大作用，对于捐助者的行为具有一定影响作用。
捐助者是否能看清项目的真实性、是否能识别风险、
是否有渠道、制度可以在发生失信行为时维护自己，
对于其参与行为具有重要影响。崔露露（2019）的研
究认为，捐助者之所以愿意将钱财捐赠给求助者，且
帮助转发，很重要的原因便是对于发布信息的公益众
筹平台的（系统）制度信任。

基于此，笔者假设，公益众筹的参与者对于公益
众筹的制度信任，对其公益众筹的参与行为具有正向
促进作用。

假设如下：H2：公益众筹的制度信任能够显著正
向促进公益众筹的参与行为。

4 研究方法

本研究采用定量方法中的问卷调查法。笔者通过
对学者们的文献进行整理归纳，并结合公益众筹行业
的发展现状与问题，对各研究变量进行操作化定义，
最终制作出本研究使用的问卷。具体的测量方法汇总
为表 1，有关量表的信效度与各题项选项将在后文具体
说明。从表 1 可以看出，自变量 1“公益众筹人际信任”
共有 4 个题项进行测量，自变量 2“公益众筹制度信任”
共有 7 个题项进行测量，自变量 2“公益众筹参与行为”
共有 5 个题项进行测量。

表 1 各变量测量量表汇总

变量	观测变量
公益众筹人际信任	1、公益众筹平台上绝大多数求助者是诚实的
	2、公益众筹平台上大多数求助者信息真实可靠
	3、即使没有监督，大多数求助者也能自我约束
	4、亲朋好友通过新媒体平台转发的关于公益众筹项目的信息是真实可靠的
公益众筹制度信任	1、公益众筹平台的监督管理机制比较透明完善
	2、现有的法律法规、相关制度能够对公益众筹平台进行有效地监管、规范求助行为
	3、现有的法律法规、相关制度能够规范公益众筹平台资金募集与流向不透明等问题
	4、现有的法律法规、制度能广泛动员社会力量
	5、公益众筹平台的监督管理机制能够保证合理使用经费
	6、公益众筹平台的监督管理机制能够保证捐款用到了切实需要的地方，有效帮助了弱势群体
	7、公益众筹平台的监督管理机制能够保证项目发起机构的年度报告准确可信
公益众筹参与行为	1、参加公益众筹可接受或者通常捐款的额度
	2、过去半年内公益众筹（如“水滴筹”“轻松筹”）的捐款次数
	3、公益众筹项目的频率如何
	4、过去半年内打开/浏览/转发公益众筹（“水滴筹”“轻松筹”）等求助信息的次数
	5、个人在此类项目的投入程度多大

5 数据收集与实证分析

5.1 调查方案的设计

本研究调查对象为大学生，问卷发放的形式为线上问卷，主要通过朋友圈、微信群的转发进行传播。其中调查对象以深圳、广州的大学生居多，占比分别为 47.3%和 42.1%，且主要来自深圳大学、中山大学、深圳职业技术学院等院校。

本研究设计完初稿之后，向 48 名大学生展开预调查，根据回收的问卷进行分析并修正，调整了部分信效度较低的题项，最终形成正式问卷并进行发放。

5.2 正式调查

在样本量方面，根据多元线性回归模型的要求，张文彤（2002）指出，理想的样本量应是自变量样本数的 20 倍以上。在本研究所达到的样本量已远远超过理想的样本量，在一定程度上有效避免了检验效能不足的问题[17]。

5.3 样本数据的实证分析

本研究中，正式调查共回收 372 份问卷，由于本问卷中设置了测谎题“请您在这一行中选择比较不同意”，并将没有进行正确选择的问卷设为无效问卷；同时，笔者将答题时间过短、相同 ip 地址的问卷也设置为无效问卷，最后将所有无效问卷进行剔除。最终本研究回收的有效问卷数为 326 份，有效的问卷率为 87.63%。下面笔者将针对统计数据展开分析。

5.3.1 描述性统计

表 2 样本的人口统计学基本特征

变量名称	选项	频数	百分比
性别	男	158	48.47
	女	168	51.53
学历	专科	84	25.77
	本科	172	52.76
	硕士研究生	60	18.40
	博士研究生	10	3.07
总计		326	100

从表 2 可以看出，女性的人数为 168 人，男性人数为 158 人，男女比例为 48.47%：51.53%。从教育

程度上看，专科生有 84 人，占比为 25.77%；本科生有 172 人，

占比为 52.76%；硕士研究生有 60 人，占比为 18.4%；博士研究生有 10 人，占比为 3.07%。同时，本科及以下累积百分比为 78.53%，本科以上学历累积占比为 21.47%。

(2) 下表为大学生群体的项目使用情况

表 3 样本对公益众筹项目的了解与支持程度的频数统计

统计变量	选项	频数	百分比
对公益众筹项目的了解程度	完全不了解	16	4.91
	比较不了解	64	19.63
	一般了解	124	38.04
	比较了解	90	27.61
	非常了解	32	9.82
对公益众筹项目的支持程度	非常不支持	17	5.21
	比较不支持	30	9.20
	一般支持	106	32.52
	比较支持	123	37.73
	非常支持	50	15.34
合计		326	100

从表 3 看出，大学生对于公益众筹项目的了解程度，从“完全不了解”到“非常了解”五种程度的人数分别为 16、64、124、90、32，其中“一般了解”的人数最多，占比最大。同时，有 75.47%的大学生对公益众筹项目的了解程度在“一般了解”及以上，说明大部分大学生对公益众筹项目都有一定的了解。在大学生对于公益众筹项目的支持程度中，从“非常不了解”到“非常支持”五种程度的人数分别为 17、30、106、123、50，其中“比较支持”的人数最多，占比最大。同时，有超过半数的大学生对公益众筹项目的支持程度在“比较支持”及以上，说明大部分大学生对公益众筹项目的支持态度较乐观。

(3) 下表为样本参与公益众筹项目的原因分析。

从表 4 中可以看出，在拟合优度检验中， χ^2 的值为 300.169，p 值为 0.000，小于 0.05，即选项的拟合优度检验具有显著性。重点分析比例较高的项可以看出，“出于善心，想帮助别人”，“受助者是自己熟悉或者有关联的人”共 2 项的响应率和普及率明显较高，说明在该题中，较多人选择了这两项。具体分析以上数据，可以看出，“出于善心，想帮助别人”这一选项被选择的频次最高，为 266 人，说明大学生出于爱心、善心而参与公益众筹项目，是主要原因之一。“求助者是自己熟悉或者有关联的人”这一选项的备选频次也较高，为

180 人，说明大学生参与公益众筹的原因可能基于亲缘、 地缘、业缘等基础。

表 4 样本参与公益众筹项目的原因分析

参与原因 ^a	响应		普及率
	N	响应率	
出于善心，想帮助别人	266	34.10%	81.60%
出于对公益事业的热爱	104	13.33%	31.90%
对项目真实性的信任	115	14.74%	35.28%
受助者是自己熟悉或有关联的人	180	23.08%	55.21%
周围人都在支持，自己也参与一下	115	14.74%	35.28%
总计	780	100.0%	239.26%
拟合优度检验： $\chi^2=300.169$ $p=0.000$			

5.3.2 公益众筹的人际信任情况

表 5 公益众筹人际信任各题项的平均值与标准差

		1	2	3	4
N	有效	326	326	326	326
	缺失	0	0	0	0
均值		3.574	3.613	3.196	3.534
标准差		0.957	0.937	1.194	1.012

注：表 5 中的“1”“2”“3”“4”分别代表表 1“公益众筹人际信任”的四个题项。同时各题项采用李克特五点量表法，选项从“非常不同意”到“非常同意”分别赋值为 1-5。

从表 5 可以看出，公益众筹人际信任 1、2、3、4 的均值分为为 3.574，3.613，3.196，3.534，除了公益众筹人际信任 3，其余的均位于 3.5-4 的区间内，说明大学生公益众筹的人际信任程度基本呈现中等偏上的水平。

5.3.3 公益众筹的制度信任情况

表 6 公益众筹制度信任各题项平均值与标准差

		1	2	3	4	5	6	7
N	有效	326	326	326	326	326	326	326
	缺失	0	0	0	0	0	0	0
均值		3.38	3.30	3.35	3.52	3.33	3.48	3.31
标准差		1.08	1.08	1.10	1.06	1.06	1.04	1.06

注：表 6 中的“1”“2”“3”“4”“5”“6”“7”分别代表表 1“公益众筹制度信任”的七个题项。同时各题项采用李克特五点量表法，选项从“非常不同意”到“非常同意”分别赋值为 1-5

从表 6 可以看出，公益众筹制度信任各题项的均值均在 3.2-3.8 的范围内，说明大学生群体公益众筹的制度信任程度总体呈现中等偏上水平。

5.3.4 样本的参与情况

表 7 参与行为各题项的平均值与标准差

		1	2	3	4	5
N	有效	326	326	326	326	326
	缺失	0	0	0	0	0
均值		2.709	2.837	3.003	2.893	3.031
标准差		1.295	1.256	1.133	1.199	1.139

在本题中，仍然采用赋值法。其中对于“参与行为 1”各题项，将“20 元以下”“20-50 元”“51-100 元”“101-200

元”“200 元以上分别赋值为 1-5。“参与行为 2”，将“0 次”“1-3 次”“4-6 次”“7-9 次”“10 次及以上”分别赋值为 1-5。“参与行为 3”，将“从未参与（关注）”“一年 1-2 次”“半年 1-2 次”“一个月 1-2 次”“一周 1-2 次及以上”，分别赋值为 1-5。“参与行为 4”将“0 次”“1-3 次”“4-6 次”“7-9 次”“10 次及以上”，分别赋值为 1-5。“参与行为 5”将“非常不投入”“比较不投入”“一般”“比较投入”“非常投入”，分别赋值为 1-5。

从表 7 中可以看出，参与行为各题项的得分基本在 2.7-3.0 的范围内，其中，参与行为 5 的均值最高，为 3.031；参与行为 1 的得分最低，为 2.709。整体上看，大学生公益众筹的参与行为呈现中等偏低的水平。

5.3.5 信度效度检验

(1) 信度检验

在定量分析研究中，信度检验是测量回答是否可靠、准确的标准之一。表中的 Cronbach's Alpha 系数是目前普遍被用来计算问卷题目内部一致性系数的方法之一；其数值越大，表明量表的信度越高。如下表 8 表示各变量信度分析结果。

表 8 各变量信度分析结果

变量	Alpha1	题项编号	Alpha2
人际信任	0.877	人际信任 1	0.832
		人际信任 2	0.830
		人际信任 3	0.876
		人际信任 4	0.836
制度信任	0.944	制度信任 1	0.936
		制度信任 2	0.936
		制度信任 3	0.933
		制度信任 4	0.938
		制度信任 5	0.936
		制度信任 6	0.937
		制度信任 7	0.933
参与行为	0.901	参与行为 1	0.887
		参与行为 2	0.865
		参与行为 3	0.889
		参与行为 4	0.879
		参与行为 5	0.878

注：表中 Alpha1 代表“Cronbach's Alpha”，Alpha2 代表“删除后的 Cronbach's Alpha”

从表中可以看出，公益众筹人际信任的 α 系数值为 0.877，大于 0.8，说明对于“公益众筹人际信任”这一变量，数据的信度比较高。同时，关于删除后的 α 系数，从表中可以看出，公益众筹人际信任 1，2，3，4，其删

除后的各信度系数较 0.877 并无明显上升，说明“公益众筹人际信任”各题项不应该被删除处理。在“公益众筹制度信任”中， α 系数值为 0.944，大于 0.9，说明对于“公益众筹制度信任”这一变量，数据的信度非常高。同时，关于删除后的 α 系数，从表中可以看出，公益众筹制度信任 1，2，3，4，5，6，7，其删除后的各信度系数较 0.944 并无明显上升，说明“公益众筹制度信任”各题项不应该被删除。在“公益众筹参与行为”中， α 系数值为 0.901，大于 0.9，说明对于“公益众筹参与行为”这一变量，数据的信度非常高。同时，关于删除后的 α 系数，从表中可以看出，公益众筹参与行为 1，2，3，4，5 其删除后的各信度系数较 0.901 并无明显上升，说明“公益众筹参与行为”各题项不应该被删除。

(2) 效度检验

效度研究用于分析研究项是否合理，有意义，即测量结果的准确性。表格中的 KMO 值与巴特利特球形度检验是作为判断数据是否适合进行主成分分析的重要标准。具体的效度检验结果如表 9 所示。

在下表中，在公益众筹人际信任这一维度，KMO 统计量为 0.807，大于 0.8，说明数据的效度高。在巴特利特球形度检验中，“公益众筹人际信任”的显著性为 0.000，显著小于 0.05，说明这一变量适合做主成分分析。同时，在下表中，公益众筹人际信任各题项旋转后累计的方差解释率为 74.240%，大于 50%；且各项的共同度都大于 0.6；说明研究项所包含的信息可以有效地提取。

在下表中，在公益众筹制度信任这一维度，KMO 统计量为 0.939，大于 0.9，说明数据的效度非常高。在巴特利特球形度检验中，公益众筹制度信任的显著性为 0.000，显著小于 0.05，说明这一变量适合做主成分分析。同时，在下表中，公益众筹制度信任各题项旋转后累计的方差解释率为 74.976%，大于 50%，且各项的共同度都大于 0.7；说明研究项所包含的信息可以有效地提取。

在下表中，在公益众筹参与行为这一维度，KMO 统计量为 0.876，大于 0.8，说明数据的效度非常高。在巴特利特球形度检验中，公益众筹参与行为的显著性为 0.000，显著小于 0.05，说明这一变量适合做主成分分析。同时，在下表中，公益众筹参与行为各题项旋转后累计的方差解释率为 71.883%，大于 50%，且各项的共同度都大于 0.6；说明研究项所包含的信息可以有效地提取。

表 9 各变量效度检验结果

变量	KMO 值	巴特利特球形度检验		因子载荷（各题项）	解释的方差	共同度(公因子方差)
		近似卡方显著性				
人 际 信 任	0.807	729.74	.000	0.882	74.240%	0.777
				0.888		0.789
				0.810		0.656
				0.865		0.748
制 度 信 任	0.939	1898.094	.000	0.864	74.976%	0.747
				0.866		0.750
				0.885		0.782
				0.846		0.716
				0.863		0.745
				0.851		0.724
				0.886		0.784
参 与 行 为	0.876	974.305	.000	0.826	71.883%	0.682
				0.893		0.797
				0.815		0.664
				0.850		0.723
				0.853		0.727

5.3.6 主成分分析法

主成分分析法是常用的高维数据降维方法之一，它旨在降维的过程中保留原数据中最重要的几个分量，从而达到最大化原数据方差的作用。用主成分分析抽取因子，以特征值大于 1 作为抽取因子的标准，排除绝对值低于 0.60 的小系数的方式，对各变量进行主成分分析。结果表 10、表 11、表 12 显示。

表 10 公益众筹人际信任的主成分分析结果

成份	初始特征值			提取平方和载入		
	合计	方差%	累积%	合计	方差%	累积%
1	2.97	74.24	74.24	2.97	74.24	74.24
2	.47	11.75	85.99			
3	.34	8.54	94.53			
4	.22	5.47	100.00			

从表 10 可以看出：在公益众筹人际信任这一维度，4 个成份中提取出了 1 个主成分，且特征根值为 2.970，大于 1。因此，公益众筹人际信任能将各变量的题项分别合成为单个变量：即将公益众筹人际信任 1，2，3，4 合成为“公益众筹人际信任”。

表 11 是公益众筹制度信任主成分分析结果

成份	初始特征值			提取平方和载入		
	合计	方差%	累积%	合计	方差%	累积%
1	5.248	74.976	74.976	5.248	74.976	74.976
2	.407	5.811	80.787			
3	.348	4.968	85.756			
4	.306	4.367	90.122			
5	.253	3.616	93.738			
6	.235	3.351	97.089			
7	.204	2.911	100.000			

从表 11 可以看出：在公益众筹制度信任这一维度，7 个成份中提取出了 1 个主成分，且特征根值为 5.248，大于 1。因此，公益众筹制度信任能将各变量的题项分别合成为单个变量：即将公益众筹制度信任 1，2，3，

4，5，6，7 合成为“公益众筹制度信任”。
下表为公益众筹参与行为的主成分分析结果。从表 12 可以看出，在公益众筹参与行为这一维度，5 个成份中提取出了 1 个主成分，且特征根值合计为 3.594，

大于 1。因此，公益众筹参与行为能将各变量的题项分 4、5 合成为“公益众筹参与行为”。别合成为单个变量：即将公益众筹参与行为 1、2、3、

表 12 参与行为的主成分分析结果

成份	初始特征值			提取平方和载入		
	合计	方差%	累积%	合计	方差%	累积%
1	3.59	71.88	71.88	3.59	71.88	71.88
2	.43	8.59	80.48			
3	.41	8.21	88.69			
4	.34	6.77	95.46			
5	.23	4.54	100.00			

5.3.7 回归模型的建构

表 13 多层次线性回归模型

控制变量	模型 1	模型 2	模型 3
性别	-0.069 (0.111)	-0.096 (0.088)	-0.084 (0.087)
学历	0.276* (0.135)	0.269* (0.107)	0.244* (0.106)
人际信任		0.608*** (0.044)	0.471*** (0.062)
制度信任			0.191** (0.062)
常数	-0.181 (0.139)	-0.162 (0.11)	-0.148 (0.109)
样本量	326	326	326
F	2.478	66.963***	53.903***
R 方	0.015	0.384	0.402

注：系数为非标准化回归系数，括号内为标准误； *p<0.05； **p<0.01； ***p<0.001

表 13 中，模型 1 的自变量为学历和性别，因变量为公益众筹参与行为。从上表中看出，性别的回归系数为-0.069，在 0.001、0.01、0.05 的水平上都不显著，说明性别作为控制变量，并不会对大学生公益众筹参与行为产生显著影响。同时，上表显示，学历的回归系数为 0.276，在 p=0.05 的水平上对公益众筹参与行为产生正向影响，且学历在三个模型中均呈现较显著的积极效应，即学历程度越高，对于大学生公益众筹的参与行为有着更正向的预测效应。

基于模型 1，模型 2 加入了变量“公益众筹人际信任”。从回归结果上看出，模型效果显著，说明公益众筹人际信任加入后模型具有统计学意义。从表 13 看出，公益众筹人际信任的回归系数值为 0.608，在 0.001 的水平上具有显著性，说明大学生公益众筹人际信任对公益众筹参与行为具有正向促进作用，验证假设 1。

基于模型 2，模型 3 再加入变量“公益众筹制度信任”。从回归结果看，模型效果仍显著，说明公益众筹制度信任加入后模型具有统计学意义。从表 13 看出，制度信任的回归系数值为 0.191，在 0.01 的水平上具有显著性，说明大学生公益众筹制度信任对公益众筹参与行为具有正向促进作用，即验证假设 2。

模型 3 中可以看出，公益众筹人际信任比制度信任对于参与行为的影响更大，即拒绝假设 3。

故通过以上三个模型的分析，可将结果总结为：

- 1) 排除了性别、学历的干扰后，公益众筹人际信任能显著正向影响公益众筹参与行为；且人际信任每上升一个单位，参与行为就上升 0.471 个单位。
- 2) 排除了性别、学历的干扰后，公益众筹制度信任能显著正向影响公益众筹参与行为；且制度信任每上升一个单位，参与行为就上升 0.191 个单位。
- 3) 比起公益众筹制度信任，公益众筹人际信任更能显著正向影响公益众筹参与行为。

6. 总结

6.1 研究结论与分析

本研究验证了“大学生公益众筹的人际信任对于参与行为具有正向促进作用”这一假设，即大学生公益众筹的人际信任程度越高，其参与行为程度也越高。具体表现为，当大学生对于公益众筹项目的求助者的人际信任水平越高，以及对于转发相关项目的亲朋好友的人际信任水平越高，他们越可能参与到公益众筹

的项目中,表现在其捐款额度、捐款次数、打开/转发/浏览公益众筹项目等程度的提升。

本研究还验证了“大学生公益众筹的制度信任对于参与行为具有正向促进作用”这一假设,具体表现为,当大学生对于公益众筹项目的监督管理机制与相关法律法规在规范性、透明性、完善性等信任程度越高,他们越可能参与到公益众筹的项目中,表现在其捐款额度、捐款次数、打开/转发/浏览公益众筹项目等程度的提升。

最后,本研究通过多层次线性回归模型得出人际信任比制度信任对于公益众筹的参与行为影响更大,因此也拒绝了本研究的假设 3。本研究认为,比起大学生公益众筹人际信任的影响程度,其制度信任影响程度更低,在一定程度上反映出大学生对于当前公益众筹平台的监督管理机制、相关法律法规仍然缺乏足够的信心,部分群体甚至存在质疑与否定的态度。该结果也在一定程度上表明,当前公益众筹平台仍然属于缺少法律法规监管的领域,导致公众难以对平台产生较大信任,也并不是导致公众参与公益众筹的主要原因。

6.2 建议与对策

根据实证分析结果,本研究从个人、平台、政府三个层面出发,提出相关的建议与对策。

6.2.1 个人层面

作为公益众筹项目的求助者,应该做到诚实守信,公开坦诚,适当披露,不隐瞒,不欺骗,积极上交个人身份信息、家庭状况、经济状况等文件进行自证,同时需要积极配合平台的各项审查制度与流程。同时还应该主动出具病历证明、治疗方案以及治疗的费用预算,并根据病情的实际情况合理设置求助金额,对于所筹款项的明细应该及时公开。

6.2.2 平台层面

首先,平台需要建立完善资金流向后续管理体制,对项目资金的流向、用处、是否真正帮助到求助者等情况进行跟进与监督。平台不仅要与求助者定期沟通,了解项目资金的使用情况;还应该对于项目的参与者进行适时披露,让参与者清楚了解求助者的详细情况与到自己的捐款用到哪些具体的地方,从而实时监测项目的实施状况,避免求助者滥用资金等情况。平台还要做到账单明细,合理管理与发放善款,建立运作

透明的工作机制,以此提高公众对于平台监管机制、管理制度的信任程度。

6.2.3 政府层面

首先,政府应该积极营造严格、高效的法制环境,来规范平台的运行,促使平台在登记准入制度、机构管理、资金募集与流向等方面严格透明,防止资金滥用、被挪用等问题。同时,政府应该确立公益众筹平台信息披露的统一标准,建立多个部门的信息核查平台,保证公众能够及时了解项目信息,防止出现诈骗等现象,以此保证项目的可靠性与投入的有效性,以此提高公众对于平台的制度信任程度。

其次,政府应该强化公益众筹领域的公开透明机制,加强公益众筹平台、互联网平台的行业自律,建立全社会共同参与的社会监督机制,以此提高公益众筹平台的公信力。政府还应该建立高效的公益众筹事业管理体制支持保障机制与动态的监督管理制度,从法律层面对公益众筹行业进行法治化管理,不断健全完善联合执法机制、投诉举报机制、公开曝光机制等制度,以此提高参与者对于公益众筹的制度信任程度。

参考文献

- [1] 闫素洁. 网络公益众筹的发展现状与法律体系完善研究 [J]. 山西能源学院学报, 2020, 33 (06): 68-70.
- [2] 朱少娟. 网络公益众筹平台在危机事件中的信任修复策略 [D]. 江西财经大学, 2020.
- [3] 周智远. 公益众筹捐助者出资决策行为研究 [D]. 湖南师范大学, 2020.
- [4] 邵敏洁. 网络公益众筹法律规制研究 [D]. 兰州大学, 2020.
- [5] 王健. 网络公益众筹法律制度研究 [D]. 华侨大学, 2020.
- [6] Rotter J B. A new scale for the measurement of interpersonal trust. [J]. Journal of personality, 1967, 35 (4).
- [7] Ferrin D L, Dirks KT, Shah PP. Direct and Indirect Effects of Third-Party Relationships on Interpersonal Trust. Journal of Applied Psychology. 2006; 91 (4): 870-883.
- [8] 闫泳霖. 出资人无私支持对公益众筹效果的动态影响研究 [D]. 哈尔滨工业大学, 2018.
- [9] 崔露露. 基于微信社交媒体的公益众筹信任建构研究 [D]. 深圳大学, 2019.

- [10] 杜潇. 网络时代大学生微公益行为研究——以山东省部分高校为例 [D]. 2020.
- [11] 郑旭楠. 基于信任与共情的互联网公益参与行为研究 [D]. 2019.
- [12] 黄少华, 郝强. 社会信任对网络公民参与的影响——以大学生网民为例 [J]. 兰州大学学报 (社会科学版), 2016, 44 (02): 68-80.
- [13] 贺桂和, 方露. 基于产品扩散模型的微商渠道消费者购买行为研究——以 H 老师为例 [J]. 荆楚学刊, 2020 (2).
- [14] 李丹婷. 论制度信任及政府其中的作用 [J]. 中共福建省委党校学报, 2006 (08): 33-36.
- [15] Zucker, L. G. Production of institutional trust sources of structure. 1840~1920 [M]. Research in Organizational Behavior, Greenwich, CT: JAI Press, 1986: 53~111.
- [16] 徐琨博. 公益众筹平台信任机制研究 [D]. 青岛大学, 2020.
- [17] 张文彤. SPSS11 统计分析教程 (高级篇) [M] // SPSS11 统计分析教程 (高级篇). 希望电子出版社, 2002.